

**PENGARUH TERPAAN PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN
TERHADAP CITRA POSITIF MALANG STRUDEL
(Studi pada Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh:

Kurnia Shobrina Merdekawati

201410040311142

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

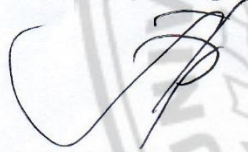
2019

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kurnia Shobrina Merdekawati
NIM : 201410040311142
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran
terhadap Citra Positif Malang Strudel (Studi pada
Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru)


Disetujui,

Pembimbing I



Drs. Farid Rusman, M.Si

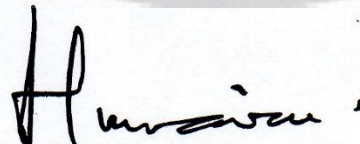
Pembimbing II



Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



M. Himawan Sutanto, M.Si.

**PENGARUH TERPAAN PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN
TERHADAP CITRA POSITIF MALANG STRUDEL**

(Studi pada Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang)

Diajukan Oleh :

KURNIA SHOBRINA MERDEKAWATI

201410040311142

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Kamis / 10 Januari 2019*

Pembimbing I

Drs. Farid Rusman, M.Si.

Pembimbing II

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

Dekan



Dr. Rini Soekartono, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

M. Himawan Sutanto, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Kurnia Shobrina Merdekawati

201410040311142

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Pada hari Kamis, 10 Januari 2019

Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **M. Himawan Sutanto, M.Si.**

2. **Winda Hardyanti, M.Si.**

3. **Drs. Farid Rusman, M.Si.**

4. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.**

(*Himawan S.*)
(*Winda Hardyanti*)
(*Farid Rusman*)
(*Frida Kusumastuti*)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Nikso Kartono, M.Si.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kurnia Shobrina Merdekawati
Tempat, tanggal lahir : Malang, 17 Agustus 1996
Nomor Induk Mahasiswa : 201410040311142
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul:

**Pengaruh Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Positif
Malang Strudel
(Studi pada Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang)**

adalah bukan karya tulis ilmiah (skripsi) orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 3 Desember 2018

Yang Menyatakan,



Kurnia Shobrina Merdekawati

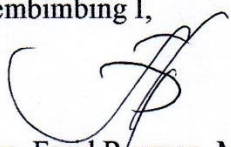
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Kurnia Shobrina Merdekawati
2. NIM : 201410040311142
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Positif Malang Strudel (Studi pada Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang)
6. Pembimbing :
 1. Drs. Farid Rusman, M.Si
 2. Dr. Frida Kusumastuti, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :


Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing I	Paraf Pembimbing II
23 Februari	Acc Judul Penelitian		
7 Februari	Acc BAB I		
7 Agustus	Acc BAB II		
12 Agustus	Acc BAB III dan Acc Seminar proposal		
30 Agustus	Perbaikan Proposal dan Acc Turun Lapang		
29 Oktober	Acc BAB IV		
19 November	Acc BAB V		
30 November	Acc BAB VI		
10 Desember	Acc Abstrak dan Acc Sidang		

Malang, 10 Desember 2018
Disetujui,

Pembimbing I,


Drs. Farid Rusman, M.Si

Pembimbing II,


Dr. Frida Kusumastuti, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah swt yang telah memberikan rahmat, hidayah dan bimbingan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Positif Malang Strudel (Studi pada Anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang)” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, peneliti mengutarakan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rinikso Kartono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak M. Himawan Sutanto, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan dosen penguji tugas akhir, terima kasih atas kritik dan saran yang telah diberikan.
3. Bapak Drs. Farid Rusman, M.Si dan Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberi arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Winda Hardyanti, M.Si selaku dosen penguji tugas akhir, terima kasih atas kritik dan saran yang telah diberikan.

5. Ibu Widiya Yutanti selaku dosen wali ilmu komunikasi C 2014 dan seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmu pengetahuan, pengalaman, dan mendidik saya selama perkuliahan..
6. Budhe Fifin Widyaprasti, Ibu, Bapak dan Adik yang dengan sabar memotivasi, mendoakan dan memberi dukungan selama perkuliahan.
7. Kakak Lina yang sudah membantu mengarahkan, mendukung, meminjamkan buku, bahkan membantu mencari pinjaman buku untuk melengkapi data penelitian ini.
8. Mifta, Zunnun, Melisa, Hilyah, Anggi, Manda, Dea, dan teman-teman yang senantiasa berbagi ilmu, cerita, do'a, dan motivasinya.
9. Mbak Rina dan seluruh Kirin Kimbap's crew yang telah memberi dukungan, pengalaman, dan motivasi.
10. Ibu-ibu anggota PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk melengkapi data penelitian.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namun telah memberikan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari jika penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga segala saran dan masukan akan sangat membantu. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat kepada kita semua, terima kasih.

Malang, 4 Desember 2018

Penulis,

Kurnia Shobrina Merdekawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA BIMBINGAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
KERANGKA TEORITIS.....	8
2.1 Komunikasi Pemasaran dalam Kajian Ilmu Komunikasi	8
2.2 Macam-macam Program dan Peran Komunikasi Pemasaran	13
2.3 Kajian Tentang Citra Perusahaan.....	19
2.3.1. Pengertian Citra Perusahaan	20
2.3.2. Jenis Jenis Citra	21
2.4 Faktor yang Memengaruhi Terbentuknya Citra Perusahaan	23
2.5 Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Perusahaan	25
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
2.7 Hipotesis Penelitian.....	29
2.8 Definisi Konseptual dan Operasional.....	29
METODE PENELITIAN	31
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian	31
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	32
3.3 Sumber Data	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Uji Keabsahan Data	36
3.7 Teknik Analisis Data	37
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	41
4.1 Profil Malang Strudel dan Gambaran Umum Komunikasi Pemasaran Malang Strudel	41
4.2 Profil PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kota Malang	53
PENGARUH TERPAAN PESAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP CITRA POSITIF MALANG STRUDEL.....	55
5.1 Profil Responden Penelitian.....	55
5.2 Pengujian Instrumen Penelitian	58
5.3 Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran	60
5.4 Citra Positif Malang Strudel.....	77
5.5 Pengaruh Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran terhadap Citra Positif Malang Strudel	94

PENUTUP.....	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Model Hierarki Tanggapan.....	25
Tabel 2. Definisi Operasional.....	30
Tabel 3. Pengambilan Sampel Penelitian.....	35
Tabel 4. Interval Nilai Rata-Rata Variabel.....	38
Tabel 5. Panduan Interpretasi Nilai Koefisien.....	40
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	56
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 9. Uji Validitas.....	58
Tabel 10. Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 11. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui Radio.....	60
Tabel 12. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Instagram</i>	61
Tabel 13. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Facebook</i>	63
Tabel 14. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Website</i>	64
Tabel 15. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Youtube</i>	65
Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui Portal Berita, Koran atau Majalah.....	66
Tabel 17. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui Televisi.....	67
Tabel 18. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui Papan Iklan.....	68
Tabel 19. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui Perayaan Ulang Tahun dan <i>Event</i> Kerjasama	69
Tabel 20. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Event</i> Lanching dan Promosi.....	70
Tabel 21. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran dari Saudara.....	71
Tabel 22. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran dari Teman.....	72
Tabel 23. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kecepatan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Mengenai Ambulance Gratis.....	74

Tabel 24. Distribusi Jawaban Responden Tentang Kekekrapan Menerima Pesan Komunikasi Pemasaran Mengenai Kegiatan Sosial	75
Tabel 25. Distribusi Rata-rata Jawaban responden terhadap seluruh Pernyataan Variabel x	76
Tabel 26. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Kue Strudel adalah Makanan Khas Malang.....	77
Tabel 27. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Oleh-Oleh Khas Malang.....	78
Tabel 28. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Oleh-Oleh Kekinian di Malang	79
Tabel 29. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Peduli pada Budaya Malang	80
Tabel 30. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Peduli pada Sejarah Malang	81
Tabel 31. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Peduli pada Potensi Wisata Malang Raya	82
Tabel 32. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Memiliki Kepedulian Sosial	83
Tabel 33. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Peduli pada UMKM.....	84
Tabel 34. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Peduli pada Minat Baca Masyarakat	86
Tabel 35. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Menjual Produk Higienis.....	87
Tabel 36. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Menjual Produk Berkualitas	88
Tabel 37. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel adalah Perusahaan yang Menjual Produk Eksklusif	89
Tabel 38. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel Memiliki Gerai yang Menarik.....	90
Tabel 39. Distribusi Jawaban Responden yang Berpendapat Bahwa Citra Positif Malang Strudel Memiliki Gerai yang Modern	91
Tabel 40. Distribusi Rata-rata Jawaban Responden terhadap Seluruh Pernyataan Variabel y	93
Tabel 41. Uji Normalitas	94
Tabel 42. Uji Heteroskedastisitas	95
Tabel 43. Uji Regresi Linear Sederhana	95
Tabel 44. Uji Korelasi Product Moment Pearson.....	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Model Komunikasi Pemasaran	10
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . Tampilan Akun <i>Instagram</i> Malang Strudel	42
Gambar 2. Tampilan <i>Feed Instagram</i> Malang Strudel	43
Gambar 3. Informasi <i>Outlet</i> pada Akun <i>Instagram</i> Malang Strudel	43
Gambar 4. <i>Story</i> Akun <i>Instagram</i> Malang Strudel Mengenai Layanan Ambulance Gratis.....	44
Gambar 5. <i>Story</i> Promosi pada Akun <i>Instagram</i> Malang Strudel	44
Gambar 6. Tampilan Halaman Beranda pada <i>Facebook</i> Malang Strudel (1)	45
Gambar 7. Tampilan Halaman Beranda pada <i>Facebook</i> Malang Strudel (2)	45
Gambar 8. Tampilan Halaman Acara pada <i>Facebook</i> Malang Strudel	46
Gambar 9. Halaman Depan <i>Youtube</i> Malang Strudel	46
Gambar 10. Halaman <i>Youtube</i> Malang Strudel mengenai Wisata di Malang	47
Gambar 11. Halaman <i>Youtube</i> Malang Strudel Mengenai <i>Event</i> dan Malang Punya Cerita.....	47
Gambar 12. Tampilan Halaman <i>Playlist</i> pada <i>Youtube</i> Malang Strudel	48
Gambar 13. Aplikasi Malang Strudel pada <i>Playstore</i>	48
Gambar 14. Tampilan pada Aplikasi Malang Strudel	49
Gambar 15. Tampilan Informasi Produk pada Aplikasi Malang Strudel	49
Gambar 16. Tampilan pada Aplikasi Malang Strudel Mengenai Lokasi Gerai	50
Gambar 17. Halaman Depan <i>Website</i> Malang Strudel	50
Gambar 18. Halaman Strudel <i>News</i> pada <i>Website</i> Malang Strudel.....	51
Gambar 19. Halaman Strudel <i>News</i> pada <i>Website</i> Malang Strudel Mengenai Produk dan Gerai	51
Gambar 20. Halaman <i>Newsletter</i> pada <i>Website</i> Malang Strudel Mengenai Donasi dan Promosi	52
Gambar 21. Halaman <i>Newsletter</i> pada <i>Website</i> Malang Strudel Mengenai Kegiatan Sosial dan Malang Heritage	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 2. Skoring angket jawaban responden	112
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas.....	117
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas.....	130
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas.....	135
Lampiran 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	138
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	140
Lampiran 8. Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson	142
Lampiran 9. Distribusi r tabel	144
Lampiran 10. Distribusi t tabel.....	146
Lampiran 11. Surat Keterangan Penelitian	148
Lampiran 12. Dokumentasi Penelitian.....	150

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Argenti, Paul A. 2010. **Komunikasi Korporat Edisi 5**. Jakarta: Salemba Humanika,

Ardial, Haji. 2014. **Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi**. Jakarta: Bumi Aksara

Chatra, Emeraldy dan Rulli Nasrullah. 2008. **Public Relation (Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis)**. Bandung: Maximalis

Effendy, Onong Uchjana. 2003. **Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi**. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Hamidi. 2010. **Metode Penelitian dan Teori Komunikasi**. Malang: UMMPress.

Hermawan, Agus. 2012. **Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga

Kadir. 2015. **Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian-Edisi Kedua**. Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006. **Prinsip-prinsip Komunikasi Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.

Kusumastuti, Frida. 2004. **Dasar-dasar Hubungan Masyarakat**. Bogor: Ghalia Indonesia.

Muslimin. 2016. **Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah**. Malang: Selaras

Morissan, M.A. 2010. **Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Jakarta: Kencana.

Mulyana, Deddy. 2007. **Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar**. Jakarta: Rosdakarya

Nurudin. 2017. **Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer**. Jakarta: Rajawali Pers.

Olii, Helena. 2007. **Opini Publik**. Jakarta: PT Indeks.

Priansa, Donni Juni. 2017. **Komunikasi Pemasaran Terpadu**. Bandung: Pustaka Setia.

Ruslan, Rosady. 2004. **Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi**. Jakarta: Rajawali Pers.

Saleh, Akh. Muwafih. 2010. **Public Service Communication: Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-kisah Pelayanan**. Malang: UMMPress.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2015. **Dasar-dasar Public Relation**. Bandung: Rosdakarya

Sugiyono. 2016. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, Tommy. 2006. **Pengantar Teori Komunikasi**. Yogyakarta: Pressido.

Sutisna. 2002. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. Bandung: Rosdakarya.

Wahyuni, Isti Nursih. 2014. **Komunikasi Massa**. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Surat Kabar

Tea dan Ary. 19 Februari 2018. **Kue Artis Jajah Pasar Malang Raya**. Malang Post, halaman 01 & 11.

Internet

Malangstrudel.com.diakses pada 22 Februari 2018 pukul 16.00 dan 14 Januari 2019 pukul 14.10

<http://instagram.com/strudelmalang> diakses pada 1 Maret 2018 pukul 16.47 dan 14 Januari 2019 pukul 15.02

<http://kbbi.kemendikbud.go.id>: Citra, diakses pada 30 April 2018 pukul 19.47

<https://play.google.com/store/apps> Malang Strudel diakses pada 14 Januari 2019 pukul 15.44.

<https://youtube.com> : Malang Strudel, diakses pada 14 Januari 2019 pukul 14.33.

Jurnal dan Makalah Ilmiah

Aromawati, Nur Bunga. 2008. **Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Perusahaan Jasa Operator Seluler PT Telkomsel.** ejournal.umm.ac.id diakses pada 14 Januari 2019 pukul 13.59.

Cahyaningrum, P. 2012. **Strategi Membangun Brand Image dalam Membentuk Brand Loyalty Konsumen Produk Blackberry (Studi Kasus PT. Research in Motion Indonesia.)** Eprints.binus.ac.id diakses pada 27 Juli 2018 pukul 13.22.

Fitriani, Noer. 2016. **Terpaan Pesan Komunikasi Pemasaran terhadap Kepercayaan Konsumen.** ejournal.umm.ac.id diakses pada 12 Agustus 2018 pukul 19.14.

Hasanah, Ade Nahdiatul dan Maya Sari Putri. 2018. **Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK).** Universitas Serang Raya. Volume 5 No 1, diakses pada 27 April 2018 pukul 12.45.

Madengke, Anna N dkk. 2017. **Jurnal Aministrasi Bisnis**. Universitas Sam Ratulangi. Volume 05 No 006, diakses pada 14 Januari 2019 pukul 13.50.

Umarino. 2017. **Jurnal Interaksi**. Universitas Ahmad Dahlan. Volume 1, Nomor 2, Edisi Juli 2017, diakses pada 12 Agustus 2018 pukul 20.11

Wehantouw, Andre B. dan Jantje Tinangon. 2015. **Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi**. Volume 3 No 1, diakses pada 11 Agustus 2018 pukul 18.20

Lain-lain

Arsip PKK RW 10 Kelurahan Lowokwaru Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

